９．分散会まとめ

(1)フォーラムに関して

- 団体の活動ネットワーク作りになるので、グループ・フォーラムの実行委員会が通年でできるといい。(グループ 2)
- 民間の方を引っ張ってフォーラムをやった方がいい。手弁当で勉強する人は少ない。活動化基金で旅費が出ている。民生委員・町内会長にも声をかけた。(グループ 3)
- 草の根的な活動を頼もしく感じた。ただ年代の高さを感じたので、若い世代に上手にバトンタッチをしていかなければならないなと感じた。(グループ 4)
- 時間が限られているが、もっと聞きたい。(グループ 9)
- 障害者の作業所など見守る人がかなり努力してこられた。その人々と各団代とのつながりが重要。今回の交流はその意味で意義が深い。(グループ 10)

(2)行政との連携

- 消費者団体と行政(相談員)がいろいろな形で交流できる関係づくりが望まれている。(グループ 1)
- 消費者団体と行政が手を取り合って“被害をなくす動き”に目を向けるように少しずつ動き始めている。(グループ 1)
- 自治体で支援できる環境も整ってくるので、少ないが予算を使ってほしい。(グループ 3)

(3)行政への要望

- 消費者(国民全体)はプレーヤーが多い。“関心を持つこと”“地域”人が集まるところに消費者センターを作ること。物理的近さも大切。(グループ 1)
- 消費生活相談窓口が県と市の両方にある時はどちらへ行くか迷うこともある。(グループ 1)
- 「消費者センター」は、愛知県「○○プラザ」、静岡県「××行政センター」等自治体によって違っている。ナビダイヤルの番号が広がると良い。(グループ 1)
- 被害者の後から法が追いかけてくる。(グループ 5)
- 痴ほう症のキャラバンメイトと相談員の情報交換。(グループ 5)
- 子どもの見守りと同じように高齢者の見守りをして欲しい(弁当宅配等)。(グループ 5)
- 寸劇(振り込め詐欺などの事例)を、サロン等の職員にやってもらうと相談しやすくなるのでは。(グループ 5)

(4)行政への期待

- 消費者教育(学校教育と生涯教育)が二分化されている。消費者庁は 2 つのブリッジができるよう考えて入る。消費者教育は文科省との連携が不可欠と考えている。文科省は消費者教育が重要との認識をしてきている。(グループ 1)
- 買い取り詐欺の法改正に期待。(グループ 5)
- 高齢者契約の解約がしやすくなるといい。(グループ 5)
- 国としての罰則や規制の強化(グループ 8)(グループ 11)

- 点検商法など弱みにつけこんだ悪徳の救済法案（グループ 9）
- 行政の役割が大きい。（グループ 10）
- 裁判所の意識改革が必要。（グループ 11）
- 縦割りシステム（文科省、消費者庁）のため、取り組みがうまく進んでいないのでは。（グループ 12）

（5）消費者被害を防ぐために

- 高齢者は、少しおかしいと思ったら近所や身近に相談できる人を作るとよい。（グループ 5）（グループ 9）
- 高齢者が、被害に合いそうだが自分だけではどうにもできないので相談先が欲しい。（グループ 6）
- オレオレ詐欺の実体験の話から、①知識を得る（手口を知る）ことが大事②あわてず行動することで道が開ける③どんな人でもだまされると意識しておく ことが大事。（グループ 7）
- 消費者はだまされるまで勉強しない。だまされたのだから自分が悪い＝人に言えない。声を上げるような取り組みを！（グループ 8）（グループ 12）
- 悪徳商法業者はよく勉強している。（グループ 8）
- うまい話には必ず落とし穴。（グループ 8）
- 消費者の後押しが力となっていく。（グループ 9）
- 高齢者にはだまされた意識がない。（孤独や絆が希薄等）声かけや気づきなど、町内連絡の見守り活動が重要。（グループ 12）
- 支援団体の消費者被害に対する意識付けをするべき。（グループ 12）

（6）. PR や啓発活動について

- 一般消費者に消費者庁、国民生活センターなど消費者の相談窓口の認知度が低いのではないか。全国共通ナビダイヤルは 25 万件の利用がある。もっと宣伝が必要。（グループ 1）
- 高齢者の消費者被害を減らすために（静岡県が見守るために）キャンペーンチラシを作ったりもしている。（グループ 1）
- ＜寸劇について＞（グループ 2）

  ①寸劇用のプラカードの後ろに台本をつけられるものを購入。参加者も飛び入りで劇に参加できる。参加者に参加してもらうと主体的にできてよい。講座の一環として、グループ毎にテーマ設定、台本作りを行い上演。講師がアドバイスする。

  ②お金がなくて弁当で小道具購入。人がいないためレパートリーに限界。

  ③地域のつながりで、老人会等で寸劇をやっている（民生委員が参加者を集めてきた）。

  ④効果が上がっているか見えてこなかったが、アンケート表記で把握。
- 訪問販売予防として、高齢者の手を利用したポスターを貼ったところ効果があった。（グループ 3）
- 勉強会はしているが地域にどのように広報していけばいいか。個人情報が壁になっている。（グループ 3）
- わかりやすく見やすいラミネート版リーフレットを使った。（グループ 5）
- いきいきサロン（高齢者）での事例を含めた出前学習会の実施。（グループ 5）

- 可児市では年金が振り込まれる月・15 日にはラジオ等のアナウンスがある。(グループ 6)
- 被害が多発の時、①広報無線で流す(可児市)②防災メールで流す(静岡市)(グループ 8)
- クーリングオフができることなどもチラシなどで知らせる。使える情報をきちんと伝える。(グループ 8)
- 学校は充実している。啓発をやりやすい。(グループ 10)
- 高齢者への弁当配達業者にパンフレットを配ってもらう取り組み。見回る人、見守る人との連携が重要。(グループ 10)
- 高齢者への手法が課題。メールは使えない。自分の失敗談を話すと効果的。(グループ 11)
- マスメディアを利用した啓蒙。SF 商法被害防止の啓発活動を紹介。(グループ 12)
- 高校生向け消費者教育(市民法律教室)の取り組みを紹介。教育カリキュラムに組む込むことを提案。(グループ 12)

(7)活動の課題

- 啓蒙してもなかなか被害防止にならない。(グループ 2)
- 60 歳以上向けに、戸別訪問を県の委託で実施(6800 件)、後日被害情報も実施。一戸につき 100 円。どんなに時間をかけても同じ額。交通費手弁当で資金不足。(グループ 2)
- 消費者庁からの情報など最新の情報を、市役所・銀行・回覧板等を使って住民一人ひとりに流せると良い。(グループ 2)
- 少人数の高齢者に対して、きめ細かい市民団体(グループ 5)
- 橋渡しでいいのではないか。(グループ 5)
- 相談窓口の番号をわかりやすくする。(グループ 5)
- 全てのネットワークの活用。ネット同士をつなぐ努力。(グループ 5)
- コミュニティーの方々へ気づかせることは非常にデリケート。言いにくい。(グループ 6)
- 出前講師の質の確保。講師のための講座の開設。(グループ 6)
- 消費者団体の委員自体の高齢化。今後の活動に支障が出るがどうすればよいか。(グループ 6)
- 活動内容を PR するネーミングの難しさ。(グループ 6)
- 寸劇で啓発＝コントもその時だけ。(床下点検・健康食品等)(グループ 8)
- 若い人はネットで情報を知る。ネット啓発は若い人は良いが、高齢者には無理。(グループ 8)(グループ 9)
- SF 商法に行く人への注意はどうしたらよいか。被害者本人は被害者意識がない。(グループ 8)
- 団体が多く、存在をしていることは確かという状態の中、どう連携するか。(グループ 10)
- 障害者・高齢者等の被害に周りがどこまで入っていけるかが難しい。(グループ 10)
- 弁護士会の発信も足りない。弁護士会として誰がどういう立場でやっているか分からない。(グループ 10)
- 消費者被害だけがゼロという問題ではない。(グループ 10)
- 啓発だけでは限界がある。(グループ 11)
- 出前講座等実施しているが、受け身の体制。(グループ 12)
- 相談の行き先が明確になっていない。相談については宗教等、仕分けの難しいものが増えている。(グルー

プ 12）

(8)近年の社会状況

- 高齢者の見守りが必要。（グループ 1）
- 行政講座に参加する若い人が増えた。資格取得を目指す人も多いが、勤め先があまりない。（グループ 3）
- 地域が孤立化している。田舎ほど、地域で相談できないことも多い。（グループ 3）
- 悪徳商法で捕まるケースが少ない。（グループ 3）
- 環境問題に対する意識が今の若い世代は低いと感じる。現場・現実を通して、世代間の交流を図るべきである。（グループ 4）
- 地域の密と家族の密が必要。（グループ 5）
- 消費者問題と言う枠でなく、地域そのものの問題として考える。（グループ 10）

(9)団体の現状報告

- 三重県では消費者団体ができない。どうしたら作れるか。（グループ 3）
- 岐阜県消費者課からの話が元で団体ができた岐阜県での事例を紹介。（グループ 3）
- 過去データだけの審議会の報告はつまらない。今後どうするかが問題。構えないことが大切。百科事典で引っかかった教師も多い。（グループ 3）
- 静岡ではセンターが 9 つから 3 つに減ったが、弁護士相談の予約ができる。（グループ 3）
- デジタルコンテンツに関する相談が多いため、勉強会を開き 110 番の実施を予定している。※愛知県司法書士会（グループ 3）
- 21 年・22 年度消費者被害ゼロを目指して活動してきた。（グループ 5）
- 消費者活動の草の根運動。基金のおかげで普及ができるようになった。（グループ 5）
- 悪質商法の予防、寸劇、ケーブルテレビの放映。（可児市生活学校）（グループ 6）
- 市民法律教室を県下 33 校 3 年生を対象に実施、悪質商法の被害予防。（愛知県司法書士会）（グループ 6）
- 県から委託により高齢者向け出前講座を実施。（静岡県消費団体連盟）（グループ 6）
- 年 6 回程度出前講座講座（土岐市生活学校）（グループ 6）
- ミニコントによる消費者啓もう活動をコミュニティー（学区単位）にて実施。（名張市消費生活協議会）（グループ 6）
- 県の消費者センター、出前講座、ネットワーク作り（三重県生協）（グループ 9）
- サロンという取り組みがある。（岐阜県生活学校連携協議会）（グループ 10）
- 消費者サポーターの養成。720 人（80 人×9 年）を育成、修了者は消費者団体に入ってもらっており、機関紙等を発送している。フォローアップ講座も実施している。（静岡県）（グループ 11）

(10)最近の消費者問題

- 電位治療器はオーバートークの問題が起きている。厚労省が認めている効果以上のものをうたい、SF 商法などで売られている。機器は 50 万以上もする。業者が民家の車庫などを利用して消費者を集めるなどやり方が少しずつ変化している。（グループ 1）
- 表示に関して、業界として取扱説明書の言葉は「慎重に言葉を選んでいる」。（グループ 1）
- 根拠がないのに「やせる」などと表示しているものについては、優良誤認に当たる表示をしないよう静岡県では注意を促した。（グループ 1）
- 体験談が派手に宣伝されていて問題になるのではないか？作る人・売る人が違うので問題が出る。例えばガイガーカウンターは放射線が測れると言って売っているが、実際には食品中の放射能は測れないのに、さも測れるかのような話をして儲けている業者があり問題。（グループ 1）
- 消費生活相談は架空・不当請求は減ってきているが、本来の消費生活相談は減っていないのではないか。（グループ 1）
- テントを貸す催眠商法が増えたが、テントを貸さない代わりに民家を貸していることもある。（グループ 3）
- 被害に気付かないケースが多い。（グループ 3）
- 多重債務の相談件数が減少している。総量規制が導入されたせいもあるが、多重債務相談はなくてはならないと感じている。ソフトヤミ金もはびこっているのが現状。（グループ 4）
- クレジットカード社会になっているので、カードを利用する消費者教育が特に子どもたちに必要。こづかい帳等のつけ方等、学校教育の充実を望む。（グループ 4）
- 貴金属の買い取り被害は地方ほど多い。高齢者は相場を知らないので、古物商の確認をするように。（グループ 5）
- 携帯電話のトラブルが多い。悪質商法の媒体だけでなく、正規なサイトでもパケット代の説明がなく高額請求されたり等、使い方がわかりにくい。（グループ 6）
- 多重債務に関して、一部問題のある弁護士が存在する。貸金業者は減少。（グループ 11）
- 身近に、サークルや口コミで大学生のトラブルが広がった例がある。（グループ 11）

（11）今後の目標・抱負

- 消費者啓発を継続的に行っていくことは重要。（グループ 1）
- 被害にあっても相談できない人たちにこそ情報を届ける必要がある。情報を届けるためには地域のつながりが大切だと思う。（グループ 4）
- 力は小さいが身の回りから働きかけ、被害を出さない努力。（グループ 5）
- 環境作り。若い人・子どもへの教育をしていくことがこれからの被害を少なくしていく。（グループ 9）
- 人生のライフステージに応じた予防、対策が必要。（グループ 10）
- 社会の中で狙われる人々にスポットをあてて予防対策。（グループ 10）